



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT  
**ESTRATÈGIES DE  
COMUNICACIÓ I PROMOCIÓ  
ONLINE**

Coordinació: DARIES RAMON, NATÀLIA

Any acadèmic 2017-18

## Informació general de l'assignatura

<b>Denominació</b>	ESTRATÈGIES DE COMUNICACIÓ I PROMOCIÓ ONLINE			
<b>Codi</b>	14281			
<b>Semestre d'impartició</b>	2N Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
<b>Caràcter</b>	<b>Grau/Màster</b>	<b>Curs</b>	<b>Caràcter</b>	<b>Modalitat</b>
	Màster Universitari en Màrqueting de Mitjans Socials	1	OPTATIVA	Semipresencial
<b>Nombre de crèdits ECTS</b>	6			
<b>Grups</b>	1GG			
<b>Crèdits teòrics</b>	0			
<b>Crèdits pràctics</b>	0			
<b>Coordinació</b>	DARIES RAMON, NATÀLIA			
<b>Departament/s</b>	ADMINISTRACIO D'EMPRESES			
<b>Informació important sobre tractament de dades</b>	Consulteu <a href="#">aquest enllaç</a> per a més informació.			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
DARIES RAMON, NATÀLIA	ndaries@aegern.udl.cat	4,5	
GINER SÁNCHEZ, DAVID	davidginersanchez@gmail.com	,5	
AGUSTIN TORRES, MARIANO	mariano@elsanto.es	1	

## Objectius acadèmics de l'assignatura

- Distinguir y comprender los aspectos diferenciales de la comunicación online en turismo
- Saber crear y aplicar técnicas publicitarias y de relaciones públicas online en el ámbito turístico
- Poner en valor la imagen e identidad de marca de una empresa o destino turístico
- Adquirir técnicas de creación de contenidos y creatividad publicitaria para el sector turístico.
- Diferenciar y saber elegir entre distintas estrategias de content curation y de comunicación de marca online para empresas y destinos turísticos.
- Ser capaz de crear una marca online tanto para productos y servicios como para territorios.

## Competències

### Competencias generales o básicas (CB)

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- Saber aplicar los conocimientos adquiridos y tener capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- Ser capaz de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- Saber comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Saber aplicar los conocimientos adquiridos y tener capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- Ser capaz de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- Saber comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan– a públicos

especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

- Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

## Competencias específicas (CES)

- Desarrollar un plan estratégico de comunicación digital y de promoción de marca en medios sociales.
- Medir y mejorar la reputación online en entornos digitales, especialmente en medios sociales

## Competencias estratégicas universidad (CEU)

- Analizar y sintetizar ideas, datos y contenidos
- Organizar y planificar recursos y personas
- Trabajar en equipo y liderar
- Razonar y evaluar de forma crítica
- Asegurar la calidad
- Trabajar y aprender de forma autónoma
- Aplicar el conocimiento a la práctica
- Tomar decisiones estratégicas que tengan en cuenta los condicionantes económicos, culturales, sociales y políticos específicos.
- Expresarse correctamente de forma oral y escrita
- Dominar una lengua extranjera
- Dominar las TIC
- Respetar los derechos fundamentales

## Continguts fonamentals de l'assignatura

1. La comunicación online en turismo
2. Estrategias de Promoción y publicidad online en turismo
3. Gestión y creación de Contenidos turísticos online
4. Técnicas de relaciones públicas online aplicadas al turismo.
5. Imagen e identidad de marca de una empresa o destino turístico
6. La marca territorial en entornos online

## Eixos metodològics de l'assignatura

Fechas (Semanas)	Descripción	Actividad Presencial	HTP (2) (Horas)	Actividad trabajo autónomo	HTNP (3) (Horas)
23/02	La comunicación online en turismo. Estrategias de Promoción y publicidad online en turismo.	Clase magistral Casos prácticos	4	Estudio del material, resolución de casos	35
16/03	Gestión y creación de Contenidos turísticos online. Técnicas de relaciones públicas online aplicadas al turismo.	Clase magistral Casos prácticos	4	Estudio del material Aplicación del contenido a un caso concreto y planteamiento del trabajo	35
13/04	Imagen e identidad de marca de una empresa o destino turístico La marca territorial en entornos online	Clase magistral Casos prácticos	4	Estudio del material desarrollo del trabajo	35

Fechas (Semanas)	Descripción	Actividad Presencial	HTP (2) (Horas)	Actividad trabajo autónomo	HTNP (3) (Horas)
03/05	Evaluación Final				

## Sistema d'avaluació

Objetivos	Actividades de Evaluación Criterios	%	Fechas	O/V (1)	I/G (2)	Observaciones
Distinguir y comprender los aspectos diferenciales de la comunicación online en turismo		20%				
Saber crear y aplicar técnicas publicitarias y de relaciones públicas online en el ámbito turístico						
Adquirir técnicas de creación de contenidos y creatividad publicitaria para el sector turístico.						
Diferenciar y saber elegir entre distintas estrategias de content curation y de comunicación de marca online para empresas y destinos turísticos.		25%				
Poner en valor la imagen e identidad de marca de una empresa o destino turístico.						
Ser capaz de crear una marca online tanto para productos y servicios como para territorios.		25%				
Asistencia		15%				
Intervenciones dirigidas		15%				